



Au menu

- **Des aliments congelés ailleurs que dans les épiceries**
- **L'inégalité du revenu au Canada dans une perspective internationale**
- **Les chaînes de restauration s'adaptent aux changements de la demande alimentaire**

Des aliments congelés ailleurs que dans les épiceries

Aujourd'hui, aux États-Unis, tous les grands distributeurs non alimentaires (les magasins à rabais, à prix unique, les pharmacies) se sont dotés d'une section d'aliments congelés ou ont substantiellement augmenté celle dont ils disposaient déjà.

Les trois plus importants regroupements de pharmacies, Walgreens, CVS et Rite Aid, comptent tous des établissements équipés de réfrigérateurs et de congélateurs. Dans le cas de Walgreens, l'ensemble de ses 4400 établissements en est pourvu. Les chefs de file de la distribution à prix unique (magasins à un dollar) eux aussi ont rapidement accru leur offre d'aliments congelés. Selon ACNielsen, pour la période se terminant le 27 décembre 2003, six des dix catégories affichant les plus fortes croissances étaient des produits congelés : jus et boissons, pizzas et hors-d'œuvre, aliments préparés, desserts, fruits et garnitures, crèmes et friandises glacées. La chaîne Dollar General, qui possède plus de 6700 magasins, dispose de congélateurs dans 2500 d'entre eux et prévoit en installer dans 3500 autres. Big Lots propose des aliments congelés dans 560 de ses 1400 magasins et son offre porte sur 150 articles dont, pour la plupart, la production a été abandonnée. Quand le distributeur 99¢ Only Stores est entré dans le marché des aliments congelés il y a quatre ans, ses magasins étaient équipés d'une section de congélation de deux ou trois portes. Actuellement, ses établissements possèdent des sections de cinq ou six portes. Selon son président, l'entreprise est en mesure d'offrir des produits courants sous marque de fabricant au prix de 99 cents parce qu'elle se concentre sur un ou deux articles par produit qu'elle commande en grandes quantités, souvent à un seul fabricant.

Les fournisseurs d'aliments congelés tels ConAgra, Nestlé et Bird's Eye voient dans cette diversification un moyen de joindre des consommateurs qu'ils ne peuvent autrement atteindre et d'accroître par le fait même leurs ventes. ConAgra emprunte ces canaux de distribution depuis déjà plus de cinq ans.

Source : *Progressive Grocer*, août 2004.

L'inégalité du revenu au Canada dans une perspective internationale

Selon un nouveau rapport de Statistique Canada, l'inégalité du revenu est plus marquée au Canada qu'en Europe, mais moins qu'aux États-Unis.

À la fin des années 90, au Canada, les familles ayant un revenu supérieur à celui de 90 % des familles gagnaient un revenu près de quatre fois supérieur à celui des familles

dont le revenu était inférieur à celui de 90 % des familles. Aux États-Unis et au Royaume-Uni, il est respectivement de 5,4 et 4,5 fois supérieur. Dans les pays de l'Europe continentale considérés dans l'étude (l'Allemagne, les Pays-Bas, la Belgique, la Finlande et la Suède), les ratios varient entre 2,9 et 3,3.

Si le Canada a évité dans une large mesure la croissance de l'inégalité du revenu qu'ont connue les États-Unis et le Royaume-Uni tout au long des années 80 et au début des années 90, il y a tout lieu de croire que cette situation a commencé à changer au milieu des années 90. En effet, tandis que le revenu du groupe de 20 % des familles les plus riches a augmenté d'environ 10 %, le revenu familial total a stagné parmi le groupe de 20 % des familles les plus pauvres de 1990 à 2000.

C'est surtout chez les nouveaux immigrants que l'on observe cette hausse récente des familles à faible revenu. Alors que 25 % des nouveaux immigrants avaient un faible revenu en 1980, cette proportion était passée à 36 % en 2000. Parmi les personnes nées au Canada, le taux est passé de 17 % à 14 % pour les mêmes périodes.

La plupart des familles qui se retrouvent en dessous du seuil de faible revenu ne demeurent pas dans cette situation longtemps. Toutefois, de 3 % à 5 % de la population canadienne reste dans une situation de faible revenu pendant quatre à six ans ou davantage. On observe des écarts prononcés dans la persistance du faible revenu d'un pays à l'autre, et le Canada se trouve encore une fois au milieu de la gamme.

Source : <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/050210/q050210c.htm>

Les chaînes de restauration s'adaptent aux changements de la demande alimentaire

La chaîne américaine de restauration rapide Wendy's élargit son offre alimentaire pour proposer à ses clients une solution de rechange aux pommes de terre frites. Disponible tant au Canada qu'aux États-Unis, cette nouvelle offre comprend un petit chili, une pomme de terre au four et une salade parmi deux choix possibles en remplacement des frites, et ce, sans qu'il en coûte rien de plus. L'introduction de ces produits, en décembre 2004, a été précédée d'un essai commercial concluant réalisé au cours de la même année. À la fin de janvier 2005, la chaîne annonçait l'introduction de fruits frais, notamment du cantaloup, du melon miel et des morceaux d'ananas frais, dans 80 % de ses restaurants. Pour les menus enfants, elle offre un jus de mandarine en remplacement des frites et du lait nature ou au chocolat au lieu de la boisson gazeuse.

La chaîne Burger King a, elle aussi, étendu son offre de menus pour les enfants afin d'offrir plus de choix santé. À l'achat d'un hamburger, d'un hamburger fromage ou de doigts de poulet, on peut dorénavant remplacer la portion de frites par quatre onces de purée de pommes et fraises. Par ailleurs, la chaîne offre du lait et du jus de pomme comme solutions de rechange aux boissons gazeuses.

Sources : http://www.just-food.com/news_detail.asp?art=59406&dm=yes,
<http://www.halttonsearch.com/hr/business/story/2595802p-3009994c.html>,
http://www.just-food.com/news_detail.asp?art=59351&dm=yes